

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari masa ke masa perkembangan jasa pelayanan dibidang pengiriman kini semakin dikenal oleh masyarakat luas karena teknologi yang digunakan semakin canggih. Hal ini timbul saingan yang berat sesama organisasi dan ditambah munculnya perusahaan jasa pengiriman lain, sehingga pemilik perusahaan harus menciptakan langkah yang tepat untuk bersaing dan berusaha menarik minat konsumen baru agar konsumen tidak beralih ke perusahaan jasa pengiriman lain serta dapat membuat pilihan terhadap konsumen baik berupa jasa dan barang.

Ada beberapa perusahaan berikut yang bergerak di bidang jasa pengiriman dengan menyediakan berbagai layanan jasa kirim seperti TIKI, JNE, J&T, dan Pos serta masih banyak layanan jasa kirim lainnya, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan, hal ini membuat perusahaan tersebut terus bersaing agar konsumen berasumsi bahwa perusahaan tersebut adalah pilihan yang tepat. Lamanya suatu perusahaan berdiri pastinya menginginkan konsumen yang setia dengan perusahaan jasa pengiriman tersebut oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik pesaing akan sulit untuk merebut konsumen.

Pada hakikatnya setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman memiliki kewajiban dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bisa memberi rasa puas kepada konsumen. Pada saat ini persoalan yang terpenting dalam suatu usaha adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk atau jasa yang

ditawarkan. Disamping itu taktik pemasaran yang tepat dan baik juga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Kekurangan di setiap perusahaan perlu diketahui supaya perusahaan bisa memperbaiki dan perusahaan tingkatkan dari kekurangan yang ada didalam perusahaan tersebut agar konsumen dapat mengambil keputusan untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Sama halnya dengan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yaitu PT Pos Indonesia yang bergerak dibidang layanan pos.

PT Pos Indonesia adalah sebuah perusahaan yang sudah lama dibangun sejak 26 Agustus 1746 dengan mempunyai merek dan citra yang telah lama diketahui oleh publik luas. PT Pos Indonesia menjadi perseroan di bidang jasa pengiriman terbaik dan saat ini sudah memiliki cabang sekitar 4.500 lebih kantor pos yang hampir ada di seluruh wilayah Indonesia, sebelum jasa ekspedisi lainnya. PT Pos Indonesia yang beralamat di Kebun Tempang jalan Hang Tuah No. 2 RT 25/RW 08 Kelurahan Tanjung Sari Kecamatan Belakang Padang Kota Batam. Perusahaan ini menjadi satu-satunya cabang yang terletak di luar Kota Batam yaitu di pulau Belakang Padang. PT Pos Belakang Padang sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tidak hanya melayani jasa pos dan kurir, tetapi juga mengembangkan misi layanan Pos.

Adanya pilihan yang tersedia yang ditawarkan oleh perusahaan saat ini, konsumen bisa membentuk atau mengumpulkan suatu niat untuk membeli sebuah produk/jasa atau mengambil keputusan terhadap pilihan yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan transaksi yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

Keputusan pembelian yang dipilih oleh konsumen tentu bukan sekadar dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakannya (Fikri & Mulazid, 2018: 25).

Sebelum memulai untuk melakukan pilihan terhadap barang atau jasa, pembeli perlu melakukan beberapa tahapan pembelian. Berawal saat pembeli mengenali kebutuhan yang hendak diperlukan, kemudian dari beberapa produk atau barang yang hendak dibeli, pembeli mulai menggali informasi mengenai produk tersebut, Informasi yang di dapat bersumber dari rekomendasi teman/saudara. Berikut merupakan data pengguna Pos cabang Belakang Padang yang melakukan transaksi selama 6 bulan terakhir terhitung mulai dari bulan April hingga September 2019 serta data pengguna J&T periode September 2019.

Tabel 1.1 Data Pengguna Pos dan J&T
Periode April s.d September 2019

Bulan	Pengguna Pos	Bulan	Pengguna J&T
April	522	September	512
Mei	568		
Juni	421		
Juli	564		
Agustus	538		
September	485		

Sumber: PT Pos Cabang Belakang Padang dan J&T Belakang Padang, 2019

Dari tabel 1.1 di atas mengemukakan bahwa jumlah pengguna Pos cabang Belakang Padang yang melakukan transaksi selama 6 bulan terakhir mengalami naik turun. Hal ini bisa disebabkan karena adanya persaingan yang sejenis bisa dilihat pada tabel 1.1. bahwa pada pengguna J&T yang melakukan transaksi

selama bulan September mencapai 512 pengguna yang mengirim paket di J&T. Sehingga kondisi ini membuat konsumen dapat memutuskan sebuah pembelian sebelum melakukan transaksi di kantor Pos tersebut.

Pada suatu jasa pengiriman terdapat beberapa penyebab yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas pelayanan. Dengan terpenuhinya suatu kebutuhan dan harapan pelanggan yang sesuai merupakan dasar dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang perlu dilakukan dengan baik dan benar oleh penyedia jasa kepada konsumen. Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk dari proses layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya (Khairani et al., 2019: 130). Ada beberapa pelayanan yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia seperti tagihan rekening listrik, air, telpon, tabungan, pengiriman paket dan wesel pos, kini PT Pos Indonesia memiliki fasilitas pengiriman uang keluar negeri dan pengambilan dana pensiun serta pelayanan terbaru ialah Posgiro Mobile. Berikut ini merupakan jumlah data komplein konsumen periode Januari s.d Agustus 2019.

Tabel 1.2 Data Komplein Tahun 2019

Bulan	Jumlah Komplein
Januari	615
Februari	395
Maret	495
April	460
Mei	452
Juni	273
Juli	403
Agustus	371

Sumber: PT Pos Indonesia (Persero) Batam, 2019

Dari beberapa pelayanan yang ditawarkan di atas. Terdapat beberapa permasalahan yang di alami PT Pos Belakang Padang seperti dalam hal pengiriman barang di kantor Pos cabang Belakang Padang sering terjadi keterlambatan waktu pengiriman dan sampainya barang ke tujuan, pengiriman tidak sesuai dengan jadwal yang telah disampaikan petugas kepada masyarakat, Selain permasalahan di atas konsumen juga mengeluh sewaktu barang tersebut tiba dengan keadaan yang tidak sempurna atau bisa dikatakan *packaging* mengalami kerusakan selama dalam pengiriman serta terjadi kehilangan barang pada saat pengiriman sehingga membuat barang tersebut tidak sampai pada konsumen atau bisa dikatakan barang tersebut hilang dikarenakan salah dalam mengirim barang ke alamat yang tidak seharusnya dikirim.

Dari tabel 1.2 di atas dapat dikatakan bahwa jumlah komplein konsumen sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari jumlah komplein yang tinggi, ini menandakan bahwa PT Pos kurang cekatan dalam melayani konsumen. Dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 24 Oktober 2019 bersama bapak Niko Riauwanto sebagai manajer pelayanan, mengemukakan bahwa data yang disajikan secara keseluruhan dari komplein konsumen. Pihak Pos tidak menyajikan data komplein secara rinci. Oleh karena itu data yang disajikan sudah termasuk komplein mengenai kerusakan barang, keterlambatan dalam pengiriman serta kehilangan baik dalam bentuk paket barang ataupun dokumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Dengan memilih lokasi yang benar dan juga strategis merupakan keputusan yang sangat penting. Dikarenakan area yang dipilih haruslah dapat menambah perekonomian perusahaan guna untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang. Terdapat permasalahan yang dialami berkaitan dengan lokasi atau tempat yaitu keterbatasan lahan untuk parkir atau lahan parkir yang kurang memadai dikarenakan lokasi tersebut berada di area perumahan masyarakat sehingga membuat lahan parkir berbagi dengan masyarakat sekitar.



Gambar 1.1 Area Parkir

Sumber: Peneliti, 2019

Lokasi merupakan tempat berlangsungnya suatu organisasi dalam memberikan suatu output yang sangat penting bagi konsumennya(Puspitasari, et al., 2018: 24).

Sesuai dengan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, sehingga peneliti terdorong untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas**

Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Pos Belakang Padang Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sering terjadi keterlambatan waktu pengiriman
2. *Packaging* mengalami kerusakan selama pengiriman
3. Terjadi kehilangan barang pada waktu pengiriman
4. Kurangnya lahan parkir yang memadai
5. Adanya persaingan yang sejenis

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini sesuai dengan identifikasi masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam?

3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam.

1.6 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut.

1. Manfaat Teoritis (Keilmuan)
 - a. Diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Ilmu Manajemen
 - b. Diharapkan dapat bermanfaat untuk wawasan dan pengetahuan yang dapat digunakan dalam pengembangan Ilmu Pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan dalam membuat keputusan mengenai strategi yang tepat dalam bersaing. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa selanjutnya

b. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk menambah perbendaharaan perpustakaan sehingga mempunyai manfaat bagi mahasiswa lain yang membutuhkan, khususnya mengenai peran kualitas pelayanan dan lokasi dalam keputusan pembelian.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam, serta dapat menjadikan bahan acuan di bidangnya masing-masing.